postmetry

L

Ce que contient la newsletter de

Loberon

Expéditeur	newsletter@info.loberon.de
Routeur	SAP Emarsys
Secteur	Maison & déco
Envois lus	8 campagnes, 2 transactionnels
Période	Octobre 2026

Notre adresse a été inscrite en août 2026, après la publication de la recommandation de la CNIL (14 avril 2026).

Note d'ensemble

A B **C** 76/100 D E F

Le constat principal

Un pixel de suivi d'ouverture est présent sur les 2 messages transactionnels.

C'est le premier des 7 points à corriger. La note la plus haute est délivrabilité (100/100), la plus basse conformité (45/100), mieux que 67 % des 566 marques mesurées.

Transactionnel
2 messages

Octobre 2026 · calculé le 24 octobre

Conformité

45 /100

mieux que 67 % des 566 marques mesurées

Délivrabilité

100 /100

mieux que 45 % des 565 marques mesurées

Technique

94 /100

mieux que 67 % des 566 marques mesurées

Expérience

81 /100

mieux que 93 % des 566 marques mesurées

7 points à corriger

Chaque ligne mène au critère dans sa famille, avec l'extrait qui l'établit et la façon de corriger.

Prioritaire

Un pixel de suivi d'ouverture est présent

Critère « Aucun pixel de suivi d'ouverture » · Conformité · sur les 2 messages transactionnels

−35 pts
sur 35 en Conformité

```
<img src="https://newsletter.loberon.de/mo/***.gif" height="2" width="2" border…
```

Le suivi d'ouverture se désactive dans les réglages de suivi, au niveau de la campagne ou du compte.

Prioritaire

L'adresse du destinataire est écrite dans le message

Critère « Aucun identifiant du destinataire dans le message » · Conformité · sur les 2 messages transactionnels

−10 pts
sur 10 en Conformité

```
href partie_locale:base64
```

Les liens ne portent ni adresse email, ni identifiant de contact, ni jeton de connexion automatique dans leurs paramètres.

À examiner

Aucun chemin distinct pour refuser le suivi

Critère « Le destinataire garde la main sur le suivi » · Conformité · mesuré sur 2 messages transactionnels

−10 pts
sur 20 en Conformité

Un chemin distinct du lien de désinscription mène à un centre de préférences où le destinataire peut refuser le suivi (ouvertures, clics) sans se désabonner.

Secondaire

Tableaux de mise en page annoncés comme des tableaux de données

Critère « Le message reste lisible avec une aide technique » · Expérience · mesuré sur 2 messages transactionnels

−7,5 pts
sur 20 en Expérience

Secondaire

Le message se lit mal sans ses images ou ne s'annonce pas dans la boîte de réception

Critère « Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception » · Expérience · mesuré sur 2 messages transactionnels

−6,2 pts
sur 25 en Expérience

Secondaire

Des liens ne mènent nulle part

Critère « Chaque lien mène quelque part » · Technique · sur 1 des 2 messages transactionnels

−5 pts
sur 10 en Technique

Secondaire

Des zones cliquables sont trop petites pour le doigt

Critère « Zones cliquables assez grandes » · Expérience · sur 1 des 2 messages transactionnels

−5 pts
sur 10 en Expérience

15 critères tenus, dont « Le message dit qui écrit et selon quelles règles » et « Signature DKIM validée ». Ils sont listés dans leur famille, ci-dessous.

Chaque envoi, à son heure d'arrivée

Un point par message reçu sur notre abonnement depuis octobre. Touchez un point pour l'ouvrir ; les flèches passent d'un envoi à l'autre.

Lecture technique de l'envoi du 7 octobre 2026 →

8

campagnes en 2 semaines

environ 4 par semaine, en octobre

Pas de jour fixe

jour d'envoi

le mardi en tête, 2 des 8 campagnes

8 h – 19 h

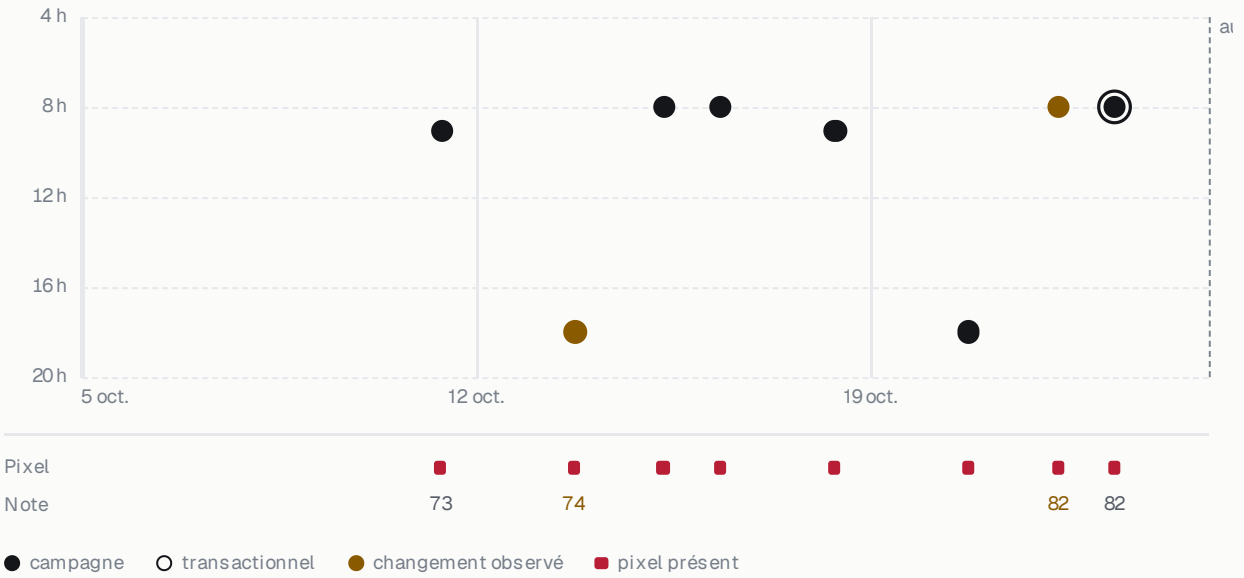
plage d'arrivée

7 des 8 campagnes

23 oct.

dernier envoi reçu

« Kleine Wunder für die Weihnachtszeit ✨ »



Campagne 8 sur 8

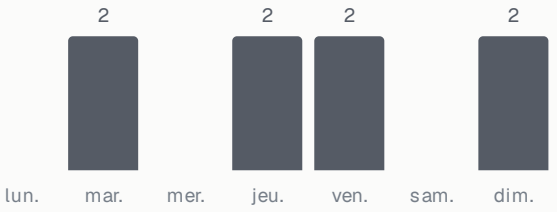
vendredi 23 oct., 8 h 01

Kleine Wunder für die Weihnachtszeit ✨

Type	Campagne marketing
Note	82 / 100
Pixel	Présent, détecté par sa taille

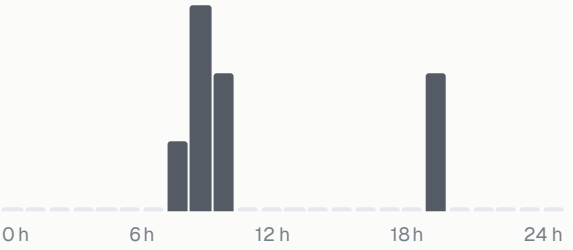
Le jour d'envoi

Touchez une barre pour retrouver ses envois dans la frise.



L'heure d'arrivée

Heure par heure, sur les 8 campagnes.



2 changements observés depuis octobre Chaque campagne est comparée à la précédente, critère par critère.

13 oct.	Le détail de ce changement, critère par critère, est réservé à la version Pro. confirmé par les 4 campagnes suivantes · la note par envoi passe de 73 à 74
22 oct.	Le détail de ce changement, critère par critère, est réservé à la version Pro. confirmé par la campagne suivante · la note par envoi passe de 74 à 82

Le détail des critères

Les 24 critères + 1 bonus

15 tenus · **5** tenus en partie · **2** non tenus · **0** non observables · **2** non applicables

45
sur 100

Conformité

Ces vérifications portent sur ce que l'envoi impose au destinataire et sur ce qu'il lui laisse : mesure de son comportement, moyens de partir, traçage de son opposition.

Pixels de suivi : la règle CNIL Méthode, famille Conformité

mieux que 67 % des 566 marques mesurées

Le calcul · 45 pts sur 100 2 tenus · 1 tenu en partie · 2 non tenus · 1 non applicable

35	20	20	15	10

Poids de chaque critère dans la note.

Aucun pixel de suivi d'ouverture — Non tenu — 0/35 pts

Pixel de suivi d'ouverture détecté sur les 2 messages transactionnels concernés

0 points sur 35 — tenu sur 0 des 2 messages transactionnels concernés.

Une image invisible signale au routeur que le message a été ouvert, à quel moment et depuis quel appareil : c'est un suivi individualisé du comportement de lecture, et le destinataire n'en voit rien. Le message ne dit pas s'il y a consenti ou s'y est opposé — ce choix vit dans le routeur, pas dans l'envoi.

Servi depuis `loberon.de`.

L'extrait qui l'établit

```
<img src="https://newsletter.loberon.de/mo/***.gif" height
="2" width="2" border="0" alt="" aria-hidden="true">
```

Comment corriger

Le suivi d'ouverture se désactive dans les réglages de suivi, au niveau de la campagne ou du compte. Cherchez « suivi des ouvertures » ou « open tracking ».

Le désactiver fait perdre le taux d'ouverture — une mesure déjà largement faussée par les protections de messagerie, qui préchargent les images — et ne change rien au taux de clic.

Tenu quand aucun pixel de suivi n'est présent. Un seul pixel suffit à faire échouer le critère sur un envoi.

CNIL 14/04/2026·LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La règle de détection

Se désinscrire est possible et annoncé

Non applicable

non applicable

Cette mesure ne s'appliquait à aucun des envois reçus. Elle **sort du dénominateur** : elle n'est jamais comptée comme un échec.

Tenu quand le message annonce la désinscription dans ses en-têtes, par une page plutôt qu'un courriel à rédiger, et dans son corps. Le détail dit laquelle des deux manque. Non applicable sur un transactionnel.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

Le destinataire garde la main sur le suivi

Tenu en partie

10/20 pts

Aucun chemin distinct pour refuser le suivi sur les 2 messages transactionnels concernés (1 des 2 mesures tenues)

10 points sur 20 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Comment corriger

Un chemin distinct du lien de désinscription mène à un centre de préférences où le destinataire peut refuser le suivi (ouvertures, clics) sans se désabonner. La plupart des routeurs proposent cette page ; sinon, elle s'ajoute dans le pied du gabarit, avec son propre lien, nommé pour ce qu'il fait (« gérer mes préférences », « refuser le suivi »).

Cette page coûte une après-midi d'intégration et sert ensuite à tous les envois. Elle est ce que la recommandation CNIL attend d'un envoi qui mesure le comportement de ses lecteurs.

Deux mesures : le lien de désinscription passe-t-il par un traceur, et un chemin distinct mène-t-il à un centre de préférences ou au refus du suivi ? Aucune des deux n'établit qu'un refus aboutisse — le vérifier demanderait de suivre le lien, ce qui enregistrerait un clic côté routeur. Elles décrivent la main laissée au destinataire, pas le résultat qu'il obtiendrait.

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 2

- Lien de désinscription non tracé sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Aucun chemin distinct pour refuser le suivi sur les 2 messages transactionnels concernés — Non tenu

CNIL 14/04/2026·Postmetry · PM-PRIV-003

Le message dit qui écrit et selon quelles règles

Tenu

20 pts

Le message dit qui écrit et selon quelles règles sur 2 messages transactionnels

20 points sur 20 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Un envoi commercial doit permettre d'identifier l'annonceur (CPCE, article L. 34-5), et le destinataire de savoir qui traite ses données. Cet indicateur regroupe ce qu'un message peut en montrer.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- Le message nomme son expéditeur sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Une réponse au message est possible sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Un lien mène à la politique de confidentialité sur 2 messages transactionnels — Tenu

CPCE L.34-5·directive 2000/31 art.6·CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un chemin non tracé mène au site · Tenu

15 pts

Un chemin non tracé mène au site sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand au moins un lien du message mène au site de la marque sans passer par un compteur de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Aucun identifiant du destinataire dans le message · Non tenu

0/10 pts

L'adresse du destinataire est écrite dans le message sur les 2 messages transactionnels concernés

0 points sur 10 — tenu sur 0 des 2 messages transactionnels concernés.

Encodée en base64 ou hachée, elle reste l'adresse : un hachage se retrouve en hachant une liste d'adresses connues. Placée dans une URL ou un en-tête, elle circule partout où passe le message — journaux des serveurs de redirection, outils d'analyse, historique du navigateur.

L'extrait qui l'établit

```
href partie_locale:base64
```

Comment corriger

Les liens ne portent ni adresse email, ni identifiant de contact, ni jeton de connexion automatique dans leurs paramètres. Dans le routeur, cela vient des variables de fusion insérées dans les URL (`?email={{contact.email}}`, `?uid=…`) : les retirer des liens du gabarit, et désactiver la connexion automatique par lien si elle est proposée.

Le destinataire reste identifié par le routeur pour les clics tracés ; ce qui change, c'est que son adresse ne circule plus en clair vers le site, ses analytics et ses partenaires.

Tenu quand l'adresse du destinataire n'apparaît — ni en clair, ni encodée, ni hachée — dans aucune URL ni aucun en-tête propriétaire. Les en-têtes d'adressage ne comptent pas : ils la portent par construction.

Postmetry · RGPD art.4 en repère · PM-PRIV-020

Délivrabilité

100
sur 100

Ces vérifications lisent le verdict d'authentification posé par notre serveur au moment où le message est arrivé. Ce verdict est daté par construction : nous ne le recalculons jamais, ce qui interrogerait le DNS d'aujourd'hui plutôt que celui du jour de l'envoi.

Exigences de Gmail pour les expéditeurs ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Exigences de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Méthode, famille Délivrabilité

mieux que 45 % des 565 marques mesurées

Le calcul · 70 pts sur 70, ramenés à 100

5 tenus · 1 non applicable

20	20	15	10	5

Poids de chaque critère dans la note.

Signature DKIM validée — Tenu — 20 pts

Signature DKIM valide sur 2 messages transactionnels

20 points sur 20 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand notre serveur de réception a validé la signature DKIM de l'envoi.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001

RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)

RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alignement DMARC validé — Tenu — 20 pts

Alignement DMARC vérifié sur 2 messages transactionnels

20 points sur 20 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand le domaine affiché dans l'expéditeur correspond à celui qui a authentifié le message.

RFC 9989 · PM-DELIV-002

RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Politique DMARC qui contribue à écarter certaines usurpations — Tenu — 15 pts

Politique DMARC active sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand la politique publiée est « reject » ou « quarantine ». Une politique « none » n'attend rien des messageries : elle est publiée sans effet sur les messages qui usurpent le domaine.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — section 4.7, balise « p » (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Aucun échec SPF — Tenu — 10 pts

Aucun échec SPF sur 2 messages transactionnels

10 points sur 10 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand SPF n'est pas en échec. Un SPF « none » accompagné d'un DKIM et d'un DMARC valides est une configuration courante et légitime : elle n'est pas pénalisée.

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

Désinscription en un clic, au sens de la RFC 8058 — Non applicable — non applicable

Cette mesure ne s'appliquait à aucun des envois reçus. Elle **sort du dénominateur** : elle n'est jamais comptée comme un échec.

Tenu quand l'en-tête « List-Unsubscribe » porte une adresse https et que « List-Unsubscribe-Post » vaut exactement « List-Unsubscribe=One-Click ». C'est ce que Gmail et Yahoo demandent aux expéditeurs en nombre : le bouton de la messagerie agit alors sans ouvrir de page. Non applicable sur un transactionnel.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Signature DKIM qui couvre l'essentiel ■ Tenu

5 pts

La signature DKIM couvre l'essentiel du message sur 2 messages transactionnels

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Ce que la signature couvre, pas seulement qu'elle passe : un algorithme admis par la RFC 8301, le corps signé en entier, les en-têtes From, Subject, Date et List-Unsubscribe signés, une signature non expirée à la réception. Non applicable sans signature DKIM.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- ■ Algorithme de signature admis sur 2 messages transactionnels Tenu
- ■ Corps signé en entier sur 2 messages transactionnels Tenu
- ■ En-têtes essentiels signés sur 2 messages transactionnels Tenu
- □ Signature valide à la réception Non applicable

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Technique

94
sur 100

Ces vérifications portent sur ce que les clients de messagerie font réellement du message : troncature, blocs de style retirés, ressources jamais chargées. Chaque seuil dit d'où il vient : le comportement documenté d'un client de messagerie, une spécification, ou notre propre méthode.

Prise en charge par client (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Méthode, famille Technique

mieux que 67 % des 566 marques mesurées

Le calcul · 80 pts sur 85, ramenés à 100

5 tenus · 1 tenu en partie

25	20	15	10	10	5

Poids de chaque critère dans la note.

HTML sous le seuil de troncature de Gmail ■ Tenu

25 pts

HTML sous le seuil de troncature Gmail sur 2 messages transactionnels

25 points sur 25 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand la partie HTML reste sous 102 Ko. Au-delà, Gmail coupe la fin du message — et la fin, c'est la désinscription et les mentions.

Gmail · PM-TECH-001

Gabarit peu imbriqué ■ Tenu

20 pts

Gabarit peu imbriqué sur 2 messages transactionnels

20 points sur 20 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Tenu quand les tableaux de mise en page ne s'imbriquent pas sur plus de 6 niveaux. Au-delà, le moteur de Word que partagent les Outlook de bureau et les clients qui divergent rendent le gabarit chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 1

- ■ Tableaux de mise en page peu imbriqués sur 2 messages transactionnels Tenu

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formé — Tenu — 15 pts

HTML bien formé sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Un doctype, un jeu de caractères déclaré dans le document, des balises équilibrées et des identifiants uniques. Chaque client répare à sa façon un balisage incomplet, et c'est ce qui rend le rendu imprévisible. Les fermetures que le HTML rend facultatives ne comptent pas.

Ce qui a été mesuré — 4 tenues sur 4

- Doctype déclaré sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Jeu de caractères déclaré dans le HTML sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Balises équilibrées sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Identifiants uniques sur 2 messages transactionnels — Tenu

WHATWG · PM-TECH-030

Chaque lien mène quelque part — Tenu en partie — 5/10 pts

Des liens ne mènent nulle part (1 des 2 messages transactionnels concernés)

5 points sur 10 — tenu sur 1 des 2 messages transactionnels concernés.

Comment corriger

Chaque lien a une cible absolue en https ; pas de `href="#"`, de `href=""`, de lien relatif ni de `mailto:` sans adresse. Les liens vides viennent le plus souvent d'un bloc copié d'un gabarit précédent ou d'un bouton dont l'URL n'a pas été renseignée dans l'éditeur.

Un lien vide fait perdre le clic et signale un message assemblé à la hâte ; la correction tient dans la relecture de la liste des liens avant envoi, que la plupart des éditeurs proposent.

Tenu quand aucun lien n'est vide, réduit à « # » ou écrit en « javascript: ». Un tel lien ne mène nulle part, et la plupart des clients le neutralisent. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-TECH-031

Aucune feuille de style distante — Tenu — 10 pts

Aucune feuille de style distante sur 2 messages transactionnels

10 points sur 10 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand le message n'appelle aucune feuille de style externe, par « link » ou par « @import ». Plusieurs clients ne les chargent jamais. Une feuille de polices ne compte pas : sans elle, le texte prend la police de secours.

caniemail · PM-TECH-020 · <link> dans un email — prise en charge par client (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

Le message respecte la forme d'un courriel — Tenu — 5 pts

Le message respecte la forme d'un courriel sur 2 messages transactionnels

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Lignes de 998 octets au plus, Message-ID et Date lisibles, jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte, encodage de transfert cohérent avec le contenu (RFC 5322, RFC 2045). La plupart des serveurs tolèrent ces écarts, chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 5 tenues sur 5

- Lignes de 998 octets au plus sur 2 messages transactionnels Tenu
- Message-ID bien formé sur 2 messages transactionnels Tenu
- Date lisible sur 2 messages transactionnels Tenu
- Jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte sur 2 messages transactionnels Tenu
- Encodage de transfert cohérent sur 2 messages transactionnels Tenu

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Expérience

Quatre questions sur ce que devient le message une fois reçu : reste-t-il compréhensible, le destinataire peut-il encore agir, un client peut-il le restituer, un écran l'afficher. La détection automatique ne couvre que ce qui est déclaré dans le message.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Méthode, famille Expérience

mieux que 93 % des 566 marques mesurées

Le calcul · 81 pts sur 100 — 3 tenus · 3 tenus en partie · 1 bonus

Poids de chaque critère dans la note.

Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception

18,8 / 25 pts

Tenu en partie

Pré-en-tête absent, trop court ou trop long (1 des 2 messages transactionnels concernés) (1 des 2 mesures tenues)

18,8 points sur 25 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Comment corriger

Un pré-en-tête de 40 à 130 caractères, en texte réel, suit l'objet dans la boîte de réception ; chaque image porteuse de sens a un attribut `alt` qui dit ce qu'elle montre ; le message principal est en texte, pas dans une image. Dans l'éditeur, le pré-en-tête est un champ dédié, et l'`alt` se renseigne image par image.

La moitié des lecteurs voient le message sans images au premier affichage. Un `alt` et un pré-en-tête coûtent une minute par campagne.

Tenu quand le message garde au moins 200 caractères lisibles images bloquées, et qu'un pré-en-tête de 40 à 130 caractères l'annonce dans la liste des messages. Sans pré-en-tête, la boîte affiche à sa place le premier texte du corps — souvent « Afficher dans le navigateur ».

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 2

- Au moins 200 caractères restent lisibles images bloquées sur 2 messages transactionnels Tenu
- Pré-en-tête absent, trop court ou trop long (1 des 2 messages transactionnels concernés) Tenu en partie

Postmetry · PM-EXP-001

Le message reste restituable hors du HTML

Tenu

15 pts

Une version texte restitue le message sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Tenu quand une version texte accompagne l'envoi et qu'elle en reprend l'essentiel : au moins 60 % de son texte et 80 % de ses liens. Un client qui n'affiche pas le HTML retombe sur elle ; réduite à « affichez la version web », elle ne restitue rien.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- Une version texte seul accompagne le message sur 2 messages transactionnels Tenu
- La version texte reprend au moins 60 % du texte sur 2 messages transactionnels Tenu
- La version texte reprend au moins 80 % des liens sur 2 messages transactionnels Tenu

Postmetry · PM-EXP-002

Tous les liens restent visibles images bloquées Tenu

15 pts

Tous les liens restent visibles images bloquées sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — tenu sur 2 des 2 messages transactionnels concernés.

Tenu quand aucun lien n'est porté par une seule image dépourvue de texte de remplacement : un tel lien ne laisse rien à l'écran. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-EXP-003

Zones cliquables assez grandes Tenu en partie

5/10 pts

Zones cliquables sous la taille retenue (1 des 2 messages transactionnels concernés)

5 points sur 10 — tenu sur 1 des 2 messages transactionnels concernés.

Comment corriger

Les liens et boutons font au moins 24 px de haut, avec de l'espace entre deux liens voisins ; un bouton en HTML (cellule de tableau avec fond et rembourrage) atteint cette taille sans image. Les liens de pied en petite taille se séparent par un retour à la ligne plutôt que par un `|`.

Sur téléphone, une zone plus petite que le doigt fait rater ou cliquer à côté ; 24 px est le minimum des WCAG 2.2 niveau AA.

Tenu quand aucune zone cliquable dimensionnée ne descend sous 24 px de côté (WCAG 2.2, critère 2.5.8). Seules les zones dont une dimension est déclarée sont mesurées ; les exceptions du critère — cible dans une ligne de texte, espacement suffisant — ne le sont pas. Non applicable si le message ne déclare aucune dimension.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), critère 2.5.8, niveau AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

Le message reste lisible avec une aide technique Tenu en partie

12,5/20 pts

Le message pose des obstacles aux aides techniques — 2 des 4 mesures tenues

12,5 points sur 20 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Comment corriger

Quatre corrections, toutes dans le gabarit : déclarer la langue du message sur la balise `<html>` (`lang="fr"` pour un envoi en français), décrire chaque image de contenu dans son attribut `alt`, annoncer les tableaux de mise en page avec `role="presentation"`, et écrire des liens qui disent où ils mènent plutôt que « cliquez ici ».

Le détail du critère dit lesquelles manquent sur vos envois ; les autres sont déjà tenues.

Une image décorative — filet, espaceur — garde un `alt=""` vide : c'est ce qui la fait taire, pas un oubli.

Langue déclarée, images de contenu décrites, tableaux de mise en page signalés comme tels, intitulés de liens qui disent où ils mènent : ce dont un lecteur d'écran a besoin pour restituer le message. Le détail dit laquelle de ces mesures manque.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 4

- Langue du message déclarée sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Chaque image de contenu est décrite sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Tableaux de mise en page annoncés comme des tableaux de données sur les 2 messages transactionnels concernés — Non tenu
- Des liens ne disent pas où ils mènent (1 des 2 messages transactionnels concernés) — Tenu en partie

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005
HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)
HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

Le message déclare son adaptation aux écrans — Tenu — 15 pts

Le message déclare son adaptation aux écrans sur 2 messages transactionnels

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 2 messages transactionnels.

Tenu quand le message déclare sa zone d'affichage et son adaptation à la largeur d'écran. Sans elles, il s'affiche sur téléphone à sa largeur d'origine, et se lit en zoomant et en faisant défiler de côté.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- Zone d'affichage déclarée sur 2 messages transactionnels — Tenu
- Adaptation à la largeur d'écran déclarée sur 2 messages transactionnels — Tenu

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la balise viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)
Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Thème sombre déclaré — Point bonus non acquis — +0 pts

Le message ne déclare pas son adaptation au thème sombre sur les 2 messages transactionnels concernés

0 points sur 5 — tenu sur 0 des 2 messages transactionnels concernés.

Acquis quand le message déclare `color-scheme` ou une règle `prefers-color-scheme`. Aucune norme ne l'exige — les clients qui forcent le thème sombre inversent eux-mêmes les couleurs — mais le déclarer laisse la main au gabarit plutôt qu'au client de messagerie.

caniemail · PM-EXP-027

Comparaison sectorielle

Maison & déco — 84 marques dont au moins une campagne a été analysée. Les parts ci-dessous se comptent sur elles, jamais sur le catalogue.

84 marques analysées dans ce secteur

Réservé à la version Pro

Notes de lecture

Comment lire cette page

01 **Un critère non observable ou non applicable sort du calcul.** Il reste listé, jamais compté zéro : son poids quitte le dénominateur plutôt que de peser comme un échec.

02 Chaque ligne décrit un **constat observable**, avec l'extrait qui l'établit. Aucune qualification juridique n'y est portée.

03 Les mesures viennent d'**analyseurs déterministes** : le même message donne toujours le même résultat, et un constat contesté se refait à l'identique depuis l'archive.

04 Toute part est publiée **sur base observée**, et la nomme : « 26 des 30 marques analysées ». Une marque dont aucun envoi n'a été reçu n'entre dans aucun dénominateur.

05 La **délivrabilité est empruntée** : son verdict vient du serveur qui a reçu le message. Toutes les autres familles sortent de nos analyseurs.

Cette analyse vous parle ?

Parcourons-la ensemble, en 20 minutes.

Nous reprenons les 7 points avec vous, la preuve de chacun et l'ordre dans lequel les corriger. En visio, sans engagement.

Choisir un créneau : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min)

Recevoir les changements de Loberon

Un email quand un critère change d'état, rien d'autre.

Vous travaillez chez Loberon ?

Revendiquer la marque : transactionnels, alertes, preuve datée.

La version Pro

Historique complet, avant et après, alertes.

Ce rapport se consulte aussi en ligne, avec l'aperçu de chaque envoi :
https://postmetry.com/fr/marque/loberon-2/?kind=transactional